

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "กระบวนการทำงานของบริษัทตัวแทนโฆษณา : บริษัท ดีดีบี นี๊ดแฮม" เป็นการวิจัย เพื่อ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องโครงสร้างองค์กร ระบบการทำงาน และความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของบริษัทตัวแทนโฆษณาขนาดกลาง ในฐานะที่เป็นองค์กรผู้ผลิตสารที่สำคัญองค์กรหนึ่ง

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร จึงใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการตีความและ การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ (Situation Analysis) เป็นเวลา 17 เดือน คือ เมษายน 2537 - สิงหาคม 2538 โดยหยิบยกเหตุการณ์ในช่วงเวลาที่ศึกษามาเป็นตัวอย่างประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1.1 ข้อมูลประเภทบุคคล

ได้แก่ บุคลากรในแผนกต่างๆ ของบริษัท ดีดีบี นี๊ดแฮม สำหรับทำการสัมภาษณ์ทั้งแบบไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ดังนี้คือ

- 1) แผนกสร้างสรรค์ ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ ผู้กำกับศิลป์ ผู้เขียนคำโฆษณา
- 2) แผนกบริหารงานลูกค้า ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานลูกค้า ผู้บริหารงานฝ่ายลูกค้าอาวุโส และผู้บริหารงานลูกค้า
- 3) หัวหน้าฝ่ายและหัวหน้าแผนกต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายผลิต แผนกสื่อ และแผนกประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์

1.2 ข้อมูลประเภทเอกสาร

ได้แก่ เอกสาร ตำรา วารสาร นิตยสาร งานวิจัยต่างๆ โดยค้นคว้าข้อมูลจาก ห้องสมุดคณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทดีดีบี นีดแฮม ซึ่งได้แก่ ประวัติความเป็นมาของบริษัท จดหมายเวียน ภายใน ข้อปฏิบัติต่างๆ เอกสารสั่งการทำงานระหว่างแผนก เอกสารสรุปผลการประชุมย่อยภายในบริษัท ทั้ง ของแต่ละแผนกและระหว่างแผนกต่างๆ เป็นต้น

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ คือ

2.1 ข้อมูลประเภทบุคคล มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ

2.1.1 การสัมภาษณ์ (Interview)

1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview)

เป็นการสัมภาษณ์ในลักษณะของการพูดคุยอย่างอิสระ ในประเด็นที่ขึ้นอยู่กับหน้าที่ของแต่ละบุคคลและจังหวะโอกาสที่ผู้วิจัยได้พูดคุย โดยพยายามไม่ให้อึดอัดว่าเป็นการสัมภาษณ์ทั้งในระหว่างการทำงานและนอกเวลาการทำงาน เนื่องจากการทำงานภายในบริษัทตัวแทนโฆษณานั้น แต่ละแผนกจะมีการออกไปพบลูกค้าสลับสับเปลี่ยนกันไป ดังนั้นการสัมภาษณ์จึงจำเป็นต้องกระทำทั้งในและนอกเวลาทำงานโดยไม่มี การเจาะจงผู้ให้สัมภาษณ์แต่อย่างใด เพราะถือว่าเจ้าหน้าที่ทุกคนคือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการศึกษาครั้งนี้

2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)

เป็นการสัมภาษณ์ถึงความคิดเห็น ทศนคติ รวมทั้งข้อมูลด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดจากพนักงานของบริษัท ดีดีบี นีดแฮม ดังที่กำหนดไว้แล้ว โดยใช้เทปบันทึกเสียงในกรณีให้ผู้ให้สัมภาษณ์ อนุญาตและไม่ใช้เทปบันทึกเสียงในสถานการณ์ที่จะทำให้เกิดความไม่เป็นกันเอง ในกรณีนี้ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกย่อในขณะสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาเรียบเรียงอีกครั้งภายหลังการสัมภาษณ์ หรือหลังการทำงานในแต่ละวัน

2.1.2 การสังเกตการณ์ (Observation)

เป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant as observer) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำงานในฐานะผู้เขียนคำโฆษณา (Copywriter) ในแผนกความคิดสร้างสรรค์ของบริษัท ดีดีบี นีดแฮม โดยมีการสังเกตการณ์การทำงานของแผนกต่างๆ เมื่อมีโอกาสดำเนินงานเกี่ยวข้อง หรือสังเกตพฤติกรรมในการทำงาน เช่น รูปแบบของความขัดแย้งที่เกิดขึ้น และวิธีการแก้ไขปัญหาหรือคลี่คลายความขัดแย้งนั้นๆ ทั้งนี้การสังเกตการณ์ได้เริ่มตั้งแต่เมษายน 2537 - สิงหาคม 2538 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ เกิดขึ้น

2.2 ข้อมูลภาคเอกสาร

เป็นการค้นคว้าจากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นศึกษาจากบริษัท ดีดีบี นีดแฮม และจากผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือพนักงานของบริษัทดีดีบี นีดแฮม ที่มีเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เช่น โครงสร้างองค์กร จดหมายเวียนภายใน บันทึกการประชุม เป็นต้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ทั้งวิธีการจัดบันทึกคำสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการพูดคุยอย่างเป็นกันเองแบบไม่เป็นทางการ และมีการบันทึกเทปคำสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกรณีให้ผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาต โดยแนวคำถามจะเป็นในลักษณะเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างและลึก ลักษณะของคำถามจะเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญ ดังนี้คือ (ดูแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกได้ใน ภาคผนวก ก)

(1) งานที่รับผิดชอบ มีลักษณะเป็นอย่างไร มีขอบเขตการทำงานกว้างเพียงใด และต้องติดต่อประสานงานเกี่ยวข้องกับใครในแผนกใดบ้าง

(2) ปัญหาหรือความขัดแย้งที่พบในระหว่างการทำงาน สาเหตุของความขัดแย้งคืออะไร และมีวิธีจัดการคลี่คลายความขัดแย้งนั้นๆ อย่างไร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร

ในช่วงแรกนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร แนวทางในการปฏิบัติงานต่างๆ ทั้งที่เป็นแผนผังการทำงาน เอกสารติดต่อภายในบริษัท เอกสารการทำงาน (Brief) เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานของบริษัทดีดีบี นีดแฮม ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังนำเอาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดองค์กรมาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบขององค์กร รวมทั้งแผนกต่างๆ ภายในบริษัทตัวแทนโฆษณาอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการสร้างความรู้พื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์และประเด็นความขัดแย้งต่างๆ ในลำดับต่อไป

4.2 การวิเคราะห์สถานการณ์

เป็นการศึกษาถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการทำงานของแผนกต่างๆ ในบริษัทว่าเป็นไปอย่างไรตั้งแต่เริ่มต้นไปจนจบขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงปกติ (Normal) ช่วงเริ่มวิกฤตหรือช่วงเปลี่ยนผ่าน (Transition) และช่วงวิกฤต (Crisis) ซึ่งได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งภายในองค์กรและรูปแบบขององค์กรมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยมีสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในบริษัทเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเปลี่ยนแปลง เช่น การปรับปรุงโครงสร้างองค์กร การลาออกของผู้บริหารระดับสูง และการยกเลิกสัญญาของบริษัทลูกค้า เป็นต้น

4.3 การวิเคราะห์ความขัดแย้ง

เป็นการวิเคราะห์ถึงลักษณะรูปแบบของความขัดแย้ง สาเหตุ และวิธีการคลี่คลายความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของแผนกต่างๆ ในบริษัท ดีดีบี นีดแฮม โดยนำเอาสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ประกอบ กับคำให้สัมภาษณ์จากพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษามาอธิบาย โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร และความขัดแย้งภายในองค์กรมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งจะนำไปสู่การสรุปภาพรวมเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของบริษัทตัวแทนโฆษณา และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวต่อไป

5. การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ โดยนำเสนอกระบวนการทำงานของบริษัทตัวแทนโฆษณาขนาดกลางซึ่งเลือกเอาบริษัท ดีดีบี นีดแฮมเป็นกรณีศึกษาใน 3 ช่วงเวลา คือ

ช่วงเวลาปกติ ช่วงเริ่มวิกฤต หรือช่วงเปลี่ยนผ่าน และช่วงวิกฤต ประกอบกับการสรุปข้อมูลออกมาเป็นแผนภูมิ และตารางต่างๆ